

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian sekaligus merupakan objek penelitian. Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Mandiri KC Malang yang beralamat di JL. Letjend Sutoyo No. 77 B Malang. Penentuan lokasi ini berdasarkan pertimbangan bahwa PT. Bank Syariah Mandiri KC Letjend Sutoyo Malang merupakan bank yang melandaskan operasionalnya pada prinsip syari'ah dan dipandang mampu memberikan informasi dan kebutuhan akan data-data yang di teliti.

3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif Menurut Bog dan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong, menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amati (Moleong, 1991:3). Penelitian deskriptif menurut Arikunto (1998:309) adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat peneliti dilakukan.

Dalam penelitian ini, alasan peneliti mengambil penelitian kualitatif adalah untuk mengetahui subjek penelitian secara holistik seperti kegiatan dalam membangun hubungan pelanggan, tindakan manajer marketing dalam membangun

hubungan pelanggan. Selain itu, peneliti juga ingin mendeskripsikan bentuk hubungan pelanggan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa sehingga manajer dapat menguraikan tentang upaya penerapan strategi hubungan pelanggan terhadap perusahaan beserta aktivitas yang efektif dalam mencapai keberhasilan penerapan strategi membangun hubungan pelanggan dalam persaingan perbankan yang kompetitif.

3.3. Subjek Penelitian

Moleong (2010: 132) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Sejalan dengan definisi tersebut, Moeliono mendeskripsikan subjek penelitian sebagai orang yang diamati sebagai sasaran penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendeskripsikan subjek penelitian bahasa sebagai pelaku bahasa yang merupakan sasaran pengamatan atau informan pada suatu penelitian yang diadakan oleh peneliti.

Subjek pada penelitian ini adalah Manajer *Marketing*, karyawan produk *bancassurance*, nasabah produk *bancassurance* di Bank Syariah Mandiri,

3.4. Data dan Sumber Data

Data adalah catatan atas kumpulan fakta. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data kualitatif. Untuk pengumpulan data peneliti menggunakan dua jenis sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara kepada Kepala KCP dan *customer service* PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Letjend Sutoyo Malang yang memahami mengenai aplikasi strategi produk dan harga pada produk *bancassurance* yaitu produk tabungan berencana dan tabungan investa cendekia.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua yang bertujuan untuk menunjang penelitian ini seperti sejarah singkat PT. Bank Syariah Mandiri, Visi dan Misi, Struktur Organisasi dan data-data lain yang diperlukan untuk penelitian.

3.5. Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (1993) instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Sedangkan menurut Moleong (2007: 168) kedudukan peneliti dalam metode penelitian kualitatif merupakan perencana, pelaksana pengumpulan data, analis, penafsir data, dan pada akhirnya peneliti menjadi pelapor hasil penelitiannya. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri dikarenakan penelitian penulis bersifat kualitatif dan kehadiran peneliti dilapangan menjadi syarat mutlak dalam memenuhi persyaratan reliabilitas.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian dari proses pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara (*Interview*)

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pihak-pihak PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Letjend Sutoyo Malang dengan maksud melengkapi data yang diperoleh melalui observasi.

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Menurut Nasution (1992: 72) Wawancara terstruktur yang digunakan peneliti mengandung pengertian wawancara dengan sejumlah pertanyaan yang telah disusun secara lebih terstruktur berdasarkan apa yang telah didapatkan dari responden yang telah dilakukan setelah peneliti memperoleh sejumlah keterangan. sementara Moleong (2007: 190) wawancara terstruktur merupakan wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan.

Adapun konteks untuk melakukan wawancara dengan narasumber sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Konteks Wawancara

No	Narasumber	Konteks Wawancara
1	Manajer pemasaran Bank Mandiri Syariah	Terkait dengan program <i>Marketing Mix</i> yang diterapkan oleh bank Mandiri Syariah sehingga program <i>Marketing Mix</i> dapat dijalankan dengan baik
2	Customer Service	Berkaitan dengan pengaplikasian program yang sudah dirancang oleh manajer pemasaran
3	Nasabah Bank Mandiri	Kesesuaian antara program <i>Marketing Mix</i> yang sudah dirancang dengan penerimaan dari nasabah serta mengukur keberhasilan dan kegagalan dari penerapan <i>Marketing Mix</i> pada produk <i>bancassurance</i> .

b. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati hal-hal yang terkait dengan apa yang sedang diteliti seperti aplikasi strategi produk dan harga pada produk *bancassurance* yaitu tabungan berencana dan tabungan investa cedekia di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Letjend Sutoyo Malang.

Selain melakukan wawancara, peneliti juga melakukan observasi untuk mendukung hasil penelitian. Menurut Arikunto (1998: 146) observasi adalah pengamatan yang meliputi perbuatan pemantauan terhadap suatu obyek yang menggunakan seluruh alat indra atau pengamatan langsung.

Observasi yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara berpura-pura menjadi nasabah bank Mandiri. Dengan begitu, peneliti mampu mengamati dan

merasakan langsung bentuk pelayanan dari seorang *Customer Service* yang secara operasional merupakan pendukung proses *Marketing Mix*. Salah satu bentuk pelayanan yang diamati dari *Customer Service* yang berkaitan dengan konsep *Marketing Mix* adalah komunikasi dan pelayanan jasa yang terjalin antara *Customer Service* dengan nasabah.

3.7. Analisis Data

Menurut Arikunto (2005: 19) Analisis data adalah sebagai bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2007: 88), Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Metode analisis data yang dilakukan peneliti dalam bentuk analisis data kualitatif melalui pengolahan data sebagai prosedur penelitian yang bersikap deskriptif. Yaitu data yang diperoleh kemudian dianalisa dan dibandingkan dengan teori-teori dan kemudian dievaluasi.

Hasil evaluasi tersebut yang akan ditarik sebagai kesimpulan untuk menjawab permasalahan yang muncul. Proses analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari hasil wawancara dengan manajer marketing beserta stafnya terkait dengan program penerapan strategi *Marketing Mix*.

- b. Reduksi data, yaitu dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada didalamnya. Reduksi data yang digunakan peneliti adalah merangkum pernyataan manajer marketing dalam wawancara yang berkaitan dengan *Marketing Mix*.
- c. Menyusun data hasil reduksi, data tersebut disusun menjadi satuan-satuan yang kemudian dikategorisasikan pada langkah berikutnya. Satuan-satuan data dalam hasil reduksi dibedakan menjadi dua yaitu penerapan strategi *Marketing Mix* dan yang kedua dampak dari strategi *Marketing Mix*.
- d. Menyajikan data dalam bentuk tabel, dan sebagainya serta uraian singkat yang menjelaskan hubungan antar masing-masing kategori. Penyajian data dipetakan atas keberhasilan dari tiap program *Marketing Mix*.
- e. Pemeriksaan keabsahan data, yaitu data yang diperoleh perlu diperiksa kembali untuk memeriksa keabsahan data sehingga data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Keabsahan data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian menggunakan metode triangulasi yang dimana tingkat kebenaran data diperoleh dari sudut pandang yang berbeda. Metode triangulasi yang digunakan peneliti berdasarkan pendekatan terhadap 3 obyek yaitu Bank Mandiri, informan wawancara yang berupa marketing, staf marketing dan nasabah.
- f. Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat

yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi, jika kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang sudah kredibel atau dapat dipertanggungjawabkan.

